

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Peran

Secara etimologi peran berarti seseorang yang melakukan tindakan yang dimana tindakan tersebut diharapkan oleh seseorang. Ada beberapa pengertian peran menurut para ahli:

Torang (2014: 86) memberikan penjelasan tentang peran, yaitu:

“Peran adalah seperangkat tingkah yang diharapkan dimiliki oleh yang berkedudukan di masyarakat. Dalam bahasa Inggris peran disebut “*role*” yang definisinya adalah “*person’s task or duty in undertaking*”. Artinya “tugas atau kewajiban seseorang dalam suatu usaha atau pekerjaan”. Peran diartikan sebagai perangkat tingkah yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan dalam masyarakat. Sedangkan peranan merupakan tindakan yang dilakukan oleh seorang dalam suatu peristiwa.”

Soerjono (2002: 243), memberikan penjelasan tentang peran, yaitu:

“Peran merupakan spek dinamis kedudukan (status), apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peranan. Perbedaan antara kedudukan dengan peran adalah untuk kepentingan ilmu pengetahuan. Keduanya tak dapat dipisahkan-pisahkan karena yang satu tergantung pada yang lain dan sebaliknya. Tak ada peran tanpa kedudukan atau kedudukan tanpa peran. Sebagaimana dengan halnya kedudukan.”

Febrianty (2012: 320), memberikan penjelasan tentang peran, yaitu:

“Pengertian peran (role) yaitu seperangkat pengharapan yang ditujukan kepada pemegang jabatan pada posisi tertentu. Teori peranan menyatakan bahwa individu akan mengalami konflik peran apabila ada dua tekanan atau lebih yang terjadi secara bersamaan yang ditujukan kepada seseorang, sehingga apabila individu tersebut mematuhi satu diantaranya akan mengalami kesulitan atau tidak mungkin mematuhi yang lainnya.”

Beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa peran adalah suatu sikap atau tindakan yang diharapkan oleh banyak orang atau sekelompok orang terhadap seseorang yang telah memiliki status atau kedudukan tertentu.

2.1.2 Customer Service

2.1.2.1 Pengertian Customer Service

Customer Service merupakan bagian terpenting dalam perusahaan karena *customer service* mencerminkan citra dari suatu perusahaan. Ikatan Bankir Indonesia (2014: 61) menyatakan bahwa “*Customer Service* adalah seseorang yang bekerja di bagian depan atau biasa disebut *frontliner* yang bertugas melayani nasabah ataupun calon nasabah dengan cara memberikan layanan terbaik agar nasabah maupun calon nasabah merasa puas.”

Kasmir (2008: 180) menyatakan “*Customer Service* merupakan aktivitas yang ditujukan maupun diperuntukkan memberikan pelayanan terbaik untuk mendapatkan kepuasan nasabah.”

Menurut Edward (2009) menyatakan bahwa:

“*Customer Service* merupakan hasil dari penggabungan dari apa yang organisasi lakukan guna memenuhi kebutuhan pelanggan dan menghasilkan kepuasan pelanggan. Dengan kata lain *customer service* merupakan bagian dari perusahaan yang menghubungkan antara perusahaan dengan pelanggannya guna memenuhi dan memahami ekspektasi pelanggan.”

Untuk menjadi seorang *customer service* juga harus diketahui jika informasi nasabah merupakan privasi dan harus dijaga kerahasiannya. Maka seorang *customer service* juga harus menerapkan prinsip kehati-hatian serta manajemen resiko Bank melalui prinsip KYC (*Know Your Customer*). Dengan penerapan prinsip ini dapat melindungi kerahasiaan nasabah seperti informasi tentang profil

nasabah sehingga jika bank tidak menerapkan prinsip tersebut maka kegiatan operasional bank dapat terganggu karena bisa terjadi hal-hal yang tidak diinginkan. *Customer service* berperan sangat penting dalam peningkatan kualitas pelayanan bank dengan melakukan pelayanan terbaik dan komunikasi yang baik dengan nasabah maupun masyarakat.

2.1.2.2 Peran *Customer Service*

Customer service memiliki peran yang sangat penting dalam perusahaan.

Menurut Kasmir (2011: 181) menyatakan bahwa:

“*Customer Service* memegang peranan sangat penting dalam dunia perbankan, tugas utama seorang *customer service* adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer service* bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara meyakinkan para nasabah bank yang bersangkutan. Selain itu *customer service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank”.

Seorang *customer service* memegang peranan yang sangat penting sebagai ujung tombak bank dalam menghadapi nasabah. Dalam dunia perbankan tugas utama seorang *customer service* yaitu memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer service* itu ibarat wajah terdepan sebuah bank.

Seorang *customer service* mampu menyelesaikan permasalahan dan keluhan nasabah. Serta mampu menjelaskan beragam produk dan informasi bank dengan detail. Cara *customer service* dalam melayani nasabah mencerminkan bagaimana sesungguhnya sikap bank tersebut dalam memberikan layanan kepada nasabahnya, sehingga baik buruk pelayanannya akan memengaruhi persepsi nasabah terhadap bank tersebut.

Menurut Kasmir (2007: 202) menyatakan bahwa:

“Seorang *customer service* juga dalam melaksanakan tugasnya haruslah terlebih dahulu memahami pekerjaan yang akan diembannya terutama yang berkenaan dengan pelayanan terhadap nasabah. Dasar-dasar pelayanan perlu dikuasai oleh seorang *customer service* sebelum melakukan tugasnya, mengingat karakter masing-masing nasabah sangat beragam”.

Menurut Kasmir (2007: 205) dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami, sebagai berikut:

- a. Berpakaian dan berpenampilan rapih dan bersih, artinya petugas *customer service* harus mengenakan baju dan celana yang sepasang dengan kombinasi yang menarik. *Customer service* juga harus berpakaian necis tidak kumal dan baju lengan panjang jangan digulung. Terkesan pakaian yang dikenakan benar-benar memikat konsumen. Gunakan pakaian seragam jika petugas *customer service* diberikan pakaian seragam sesuai waktu yang telah ditetapkan;
- b. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum dalam melayani nasabah petugas *customer service* tidak ragu-ragu, yakin dan percaya diri yang tinggi. Petugas *customer service* juga harus bersikap akrab seolah-olah sudah kenal lama. Dalam melayani nasabah petugas *customer service* haruslah murah senyum dengan raut muka yang menarik hati, serta tidak dibuat-buat;
- c. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal. Pada saat nasabah datang, petugas *customer service* harus segera menyapa dan kalau sudah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebutkan namanya. Namun jika belum kenal dapat menyapa dengan sebutan Bapak atau Ibu, apa yang dapat kami bantu

- d. Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan. Pada saat melayani nasabah dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap, menghormati tamu serta tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan konsumennya;
- e. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar, artinya dalam berkomunikasi dengan nasabah gunakan bahasa Indonesia yang benar atau bahasa daerah yang benar pula. Suara yang digunakan harus jelas dalam arti mudah dipahami dan jangan menggunakan istilah-istilah yang sulit dipahami oleh nasabah;
- f. Jangan menyela dan memotong pembicaraan. Pada saat nasabah sedang berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan. Kemudian hindarkan kalimat yang bersifat teguran atau sindiran yang dapat menyinggung perasaan nasabah. Kalau terjadi sesuatu usahakan jangan berdebat;
- g. Mampu meyakini nasabah serta memberikan kepuasan. Setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakinkan nasabah dengan argumen-argumen yang masuk akal. Petugas customer service juga harus mampu memberikan kepuasan atas pelayanan yang diberikan.

Menurut beberapa pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa peran *customer service* tidak hanya tentang memberikan layanan pelanggan yang responsif, tetapi juga tentang membangun hubungan yang kuat dengan nasabah, memahami kebutuhan mereka, dan meningkatkan pengalaman secara keseluruhan.

2.1.2.3 Tugas dan Fungsi *Customer Service*

Tugas dan fungsi *customer service* melibatkan berbagai aktivitas dan tanggung jawab yang bertujuan untuk memberikan layanan yang berkualitas kepada

nasabah. Menurut Kasmir (2007: 182) “*Customer service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, melalui pelayanan yang dapat memenuhi kegiatan dan kebutuhan konsumen. *Customer service* adalah setiap kegiatan yang ditujukan untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan seseorang kepada konsumennya dalam menyelesaikan masalah.”

Menurut Kasmir (2007: 181), fungsi dan tugas *customer service* sebagai berikut :

a. Sebagai *receptionis*

Receptionis artinya *customer service* sebagai penerima tamu atau nasabah yang datang ke bank. Dalam menerima tamu, *customer service* harus bersikap ramah, sopan, dan menyenangkan. Dalam hal ini *customer service* harus bersikap memberikan perhatian, berbicara dengan suara yang lembut dan jelas dengan bahasa yang mudah dimengerti. Selama melayani nasabah *customer service* tidak diperkenankan untuk merokok, makan dan minum.

b. Sebagai *deskman*

Deskman artinya seorang *customer service* berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah. Pelayanan yang diberikan berupa informasi mengenai produk-produk bank, termasuk memberikan arahan dan petunjuk cara-cara pengisian aplikasi tersebut hingga tuntas, serta prosedur transaksi yang diinginkan oleh nasabah.

c. Sebagai *salesman*

Salesman artinya *customer service* sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pendekatan, mencari nasabah baru, mengatasi dan menjawab segala permasalahan nasabah.

d. Sebagai *Customer Relation Officer*

Customer Relation Officer sebagai orang membina hubungan baik kepada seluruh nasabah. Dalam menjaga hubungan baik kepada nasabah dengan cara menjaga image bank sehingga nasabah merasa senang, puas dan makin percaya kepada bank.

e. Sebagai Komunikator

Fungsi *customer service* sebagai komunikator yaitu menjadi seseorang yang bisa memberi informasi atau orang yang memberitahu nasabah terkait sesuatu yang bersangkutan dengan nasabah bank.

Dengan menjalankan tugas dan fungsi ini dengan baik, *customer service* berperan penting dalam membangun hubungan positif antara perusahaan dan pelanggan, serta meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

2.1.2.4 Wewenang *Customer Service*

Wewenang *customer service* mencakup berbagai hal yang memungkinkan mereka untuk memberikan layanan yang efektif kepada nasabah. Berikut adalah beberapa wewenang yang dimiliki oleh *customer service*:

Menurut Anggraeni (2013: 3) *Customer Service* memiliki wewenang sebagai berikut:

- a. Menyaksikan nasabah mengisi dan menandatangani formulir aplikasi serta perjanjian-perjanjian
- b. Melakukan penolakan permintaan pembukaan rekening bila tidak memenuhi syarat atau prosedur yang ditetapkan oleh bank
- c. Melakukan merevisi tanda tangan nasabah
- d. Melakukan penutupan rekening baik atas permintaan nasabah maupun karena sebab lainnya sesuai prosedur bank.

Sehubungan dengan wewenang *Customer Service*, yaitu perihal penolakan permintaan pembukaan rekening bilamana nasabah tidak memenuhi persyaratan atau prosedur yang telah ditetapkan oleh bank, maka dalam hal ini telah dikeluarkan pengaturan dari Bank Indonesia, yaitu peraturan Bank Indonesia No.3/10/PBI/2001, tanggal 18 Juni 2001, tentang penerapan mengenal prinsip nasabah (*Know Your Customer Principles*) dimana peraturan yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia dimaksudkan untuk memperkecil resiko yang dihadapi Bank terutama dari sisi keuangan Bank yaitu sisi aktiva maupun pasiva.

2.1.2.5 Standar Operasional *Customer Service*

Sebagai *Customer Service* memiliki beberapa standar yang harus di penuhi, *Service*. Untuk mencapai tujuan yang dibutuhkan nasabah, harus lah sesuai dengan standar operasional prosedur yang berlaku, yaitu:

- a. Dalam melaksanakan layanan *Customer Service* memberikan perhatian secara baik kepada setiap nasabah yang dihadapi tanpa pilih kasih.
- b. Bila terlihat ada nasabah yang kebingungan atau mengalami kesulitan dengan admistrasi, taransaksi, maka petugas *Customer Service* harus dapat

memberikan perhatian dengan menyapa dan menanyakan apa yang bisa dan perlu dibantu.

- c. Jika ada nasabah yang terlihat resah atau gelisah tidak sabar menunggu antrian atau pelayanan, maka petugas Customer Service harus dapat memberikan perhatian dengan melakukan sapaan dan sampaikan permohonan maaf karena tidak dapat melayani dengan cepat dan mohon pengertiannya untuk sedikit bersabar.
- d. Bila ada nasabah yang membawa anaknya yang masih kecil, maka petugas Customer Service harus dapat memberikan kesan yang baik dengan cara memberikan perhatian pada anak kecil tersebut, menanyakan namanya dan memberikan pujian yang pas untuk anak kecil.

2.1.3 *Service Excellent*

2.1.3.1 *Pengertian Service Excellent*

Service excellent atau pelayanan prima merupakan tingkat pelayanan yang sangat baik. Pelayanan tersebut melebihi harapan pelanggan dan menciptakan pengalaman yang memuaskan serta pelanggan merasa dihargai.

Menurut Bastiar (2010:156) *Service excellent* atau pelayan prima adalah cara memberikan layanan terbaik pada nasabah yang berfokus pada kebutuhan nasabah sehingga memungkinkan *customer service* memberi pelayanan yang maksimal sehingga nasabah merasa puas. Cara memberikan pelayanan yang terbaik ini dapat diberikan jika *customer service* mengedepankan sikap, kemampuan, perhatian, tindakan serta tanggung jawab yang baik. Pelayanan yang sempurna merupakan nilai penting bagi bank karena keterkaitan dengan loyalitas nasabah.

Penerapan *service excellent* juga menjadikan nasabah merasa nyaman dan aman, serta terkesan pelayanan menjadi professional.

Service excellent (pelayanan prima) secara harfiah berarti pelayanan yang terbaik. Menurut Rahmayanty (2010: 17) *service excellent* (pelayanan prima) adalah:

- a. Pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan.
- b. Pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas (*quality nice*).
- c. Pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat (handal).
- d. Pelayanan yang memenuhi kebutuhan praktis (*practical needs*) dan kebutuhan emosional (*emotional needs*) pelanggan.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli mengenai *service excellent* (pelayanan prima), maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima merupakan pelayanan yang mampu memberikan kelebihan melampaui harapan pelanggan.

2.1.3.2 Tujuan *Service Excellent*:

Tujuan dari pelayanan prima atau *service excellent* adalah menciptakan pengalaman yang luar biasa bagi nasabah, yang pada akhirnya akan meningkatkan tingkat kepuasan nasabah dan memperkuat loyalitas nasabah.

Menurut Daryanto (2014: 2), tujuan *service excellent* (pelayanan prima) antara lain sebagai berikut:

- a. Untuk memberikan pelayanan yang bermutu tinggi kepada pelanggan
- b. Untuk menimbulkan keputusan dari pihak pelanggan agar segera membeli

barang atau jasa yang ditawarkan pada saat itu

- c. Untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan
- d. Untuk menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan yang tidak diperlukan kemudian hari
- e. Untuk menciptakan kepercayaan dan kepuasan kepada pelanggan
- f. Untuk menjaga agar pelanggan merasa diperhatikan disegala kebutuhannya
- g. Untuk mempertahankan pelanggan atau nasabah.

Dengan mencapai tujuan ini, perusahaan dapat membentuk suasana dimana pelayanan prima (*service excellent*) menjadi budaya yang tertanam dalam perusahaan dan menjadi bagian dari strategi pertumbuhan serta kesuksesan jangka panjang.

2.1.3.3 Fungsi *Service Excellent*:

Service excellent memiliki beberapa fungsi untuk mencapai target perusahaan guna mencapai keuntungan yang diharapkan perusahaan. Menurut Daryanto (2014: 2), *service excellent* (pelayanan prima) berfungsi sebagai berikut:

- a. Melayani pelanggan dengan ramah, tepat, dan cepat;
- b. Menciptakan suasana agar pelanggan merasa dipentingkan
- c. Menempatkan pelanggan sebagai mitra usaha.
- d. Menciptakan pangsa pasar yang baik terhadap produk/jasa;
- e. Memenangkan persaingan pasar
- f. Memberikan keuntungan pada perusahaan.

Dari fungsi-fungsi diatas dapat disimpulkan bahwa perusahaan dapat memperoleh manfaat jangka panjang dalam bentuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dan keunggulan yang kuat di pasar jika dijalankan dengan baik dan benar.

2.1.3.4 Proses dan Tahapan *Service Excellent*

Proses dan tahapan *service excellent* meliputi berbagai kegiatan yang dirancang untuk memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan. Menurut Judiari (2010: 106) proses dan tahapan *service excellent* (pelayanan prima) sebagai berikut:

- a. Pancarkan segenap sikap positif kepada orang lain/pelanggan.
Langkah: identifikasi kebutuhan dasar manusia (pengertian), membaca kebutuhan pelanggan (perhatian), pengaturan waktu pelayanan (tepat waktu), situasi dan kondisi, kepekaan dan empati (mendengarkan).
- b. Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan.
Langkah: identifikasi kebutuhan dasar manusia (pengertian), membaca kebutuhan pelanggan (perhatian), pengaturan waktu pelayanan (tepat waktu), situasi dan kondisi, kepekaan dan empati (mendengarkan).
- c. Aplikasi diri pengidentifikasian kebutuhan pelanggan.
Langkah: ambil inisiatif untuk memperluas tanggung jawab, berkomunikasi dengan jelas/asertif, pengertian, pelanggan disambut dengan baik, membantu mereka merasa penting, memberikan lingkungan yang menyenangkan.
- d. Ada pengakuan kepuasan dari pelanggan yang anda layani.

Langkah: tuntaskan semua kebutuhan pelanggan, ambil langkah ekstra bagi pelayanan, beri sikap yang menjadikan pelanggan berada di pihak anda.

Melalui proses dan tahapan *service excellent* diatas diharapkan dapat mempertahankan pelayanan prima (*service excellent*) agar dapat meningkatkan reputasi perusahaan, menjadikan perusahaan yang unggul dan menciptakan loyalitas pelanggan.

2.1.3.5 Pentingnya *Service Excellent*

Pentingnya pelayanan prima (*service excellent*) karena akan menimbulkan dampak positif bagi perusahaan. Menurut Rahmayanty (2013: 3-7) ada beberapa alasan mengapa pelayanan prima penting bagi suatu perusahaan diantaranya yaitu:

a. Pelayanan prima memiliki makna ekonomi

Pelanggan adalah kunci meraih keuntungan. Tujuan tersebut berupa memaksimalkan laba dengan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan perusahaan, meraih pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan pasar dalam hal kualitas, mengatasi persaingan, melaksanakan tanggung jawab sosial, dan sebagainya. Bila membina hubungan dan mempertahankan pelanggan yang sudah lama dengan memberikan pelayanan yang sangat baik dan konsisten, bila mereka puas ada kemungkinan menunjukkan loyalitasnya dengan memberikan informasi kepada orang lain dan tingkat kepercayaan melalui testimony (ucapan seseorang) lebih tinggi dan efektif selain biaya yang dikeluarkan lebih rendah.

b. Pelayanan adalah tempat berkumpulnya uang dan pekerjaan

Perusahaan bergantung pada pelanggan dan untuk pelangganlah mereka bekerja, karena pelanggan sumber uang dan pekerjaan. Memusatkan perhatian pada kebutuhan pelanggan, dengan memadukan semua kegiatan yang akan mempengaruhi pelanggan dan menghasilkan laba melalui kegiatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

c. Persaingan yang semakin maju

Terus membesarnya kegiatan bisnis, semakin kompetisi serta rendahnya atau turunnya pangsa pasar dikarenakan semakin banyaknya produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing.

d. Pemahaman yang semakin baik terhadap pelanggan

Perhatian terhadap kepentingan pelanggan dengan cara melihat kebutuhan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci untuk keberhasilan usaha di tengah iklim persaingan yang semakin ketat.

Majid (2011: 61) menjelaskan lebih spesifik betapa pentingnya *service excellent* kepada pelanggan karena beberapa alasan, yaitu:

- 1) Pelanggan menilai efisiensi perusahaan melalui karyawan yang ditemui
- 2) Kesan pertama (*positive first impression*) sangat penting. Sungguh sulit mengatasi kesan pertama yang negatif

- 3) Perusahaan memiliki harapan dan standar yang tinggi dari para pekerja
 - 4) Pelanggan percaya kepada perusahaan dan akan terus senang dilayani jika ia diperlakukan dengan baik
 - 5) Salah satu bentuk promosi yang paling efektif dari periklanan adalah “*Word of Mounth*” (promosi dari mulut ke mulut). Jika pelanggan senang, dia akan memberitahukan kepada orang lain.
 - 6) Kita merasa senang dan bangga akan diri kita sendiri jika memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan
 - 7) Pelanggan mempercayakan kita sebagai sumber informasi dan bantuan utama
- Dari beberapa alasan diatas betapa pentingnya *service excellent* bagi perusahaan karna pelanggan memberikan penilaian terhadap pelayanan agar perusahaan senantiasa terus maju dan dapat bersaing di pasar.

2.1.4 Nasabah

Nasabah menurut Pasal 1 ayat (17) UU No. 10 tahun 1998 adalah “Pihak yang menggunakan jasa bank.” Nasabah mempunyai peran penting dalam industri perbankan, dimana dana yang disimpan nasabah di bank merupakan dana yang terpenting dalam operasional bank untuk menjalankan usahanya.

Berdasarkan Pasal 1 angka 16 Undang-Undang Perbankan yang dimaksud dengan nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Nasabah bank dibagi menjadi:

- a. Nasabah Penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

- b. Nasabah Debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam dalam tinjauan pustaka ini peneliti mencantumkan hasil;-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

Nomor	Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
1	Bagas Aldi Permana, 2022, PT BPD Bank Lampung Cabang Bandar Lampung	Penelitian ini menggunakan Metode Deskriptif Kualitatif. Sumber Data yang digunakan yaitu Data Primer dan Sekunder dan Teknik pengumpulan data yang dilakukanyaitu Metode Observasi, Wawancara dan Studi Pustaka.	Selain peran dari <i>customer service</i> penelitian ini membahas lebih dalam mengenai sarana dan prasaran	Penelitian ini menyimpulkan bahwa pelayanan yang dilakukan oleh <i>customer service</i> PT Bank Lampung Cabang Bandar Lampung telah termasuk dalam kategori yang baik dan telah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah sehingga mendapatkan penilaian yang positif dari nasabah. Beberapa hal yang dilakukan customer service di PT BPD Bank Lampung Cabang Bandar Lampung dalam upayanya memberikan pelayanan terbaik diantaranya:	digilib.unila.ac.id

				<p>mengukur hubungan emosional antara pelanggan atau nasabah yang loyal dengan perusahaan, memelihara hubungan baik dengan pelanggan, meningkatkan kenyamanan dan kecepatan pelayanan, dan selalu memberikan pelayanan yang memuaskan. Serta peran <i>customer service</i> juga sering kali melakukan aktivitas peran humas, yang dimana sebagai ujung tombak meningkatkan citra perusahaan.</p>	
2	<p>Yolanda Darma Fernandes, Doni Marlius, 2017, PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat cabang Utama Padang</p>	<p>Penelitian ini menggunakan Metode Deskriptif Kualitatif. Sumber Data yang digunakan yaitu Data Primer dan Sekunder dan Teknik pengumpulan</p>	<p>Selain peran dari <i>customer service</i> penelitian ini membahas lebih dalam mengenai sarana dan prasaran</p>	<p>Berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya yang telah dikemukakan dalam bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : 1. <i>Customer Service</i> adalah sebuah unit kerja yang bertugas untuk melayani nasabah atau calon nasabah. Pelayanan yang di berikan</p>	<p>Akademi Keuangan dan Perbankan Padang donimarlius@akbpstie.ac.id</p>

		data yang dilakukan yaitu Metode Observasi, Wawancara dan Studi Pustaka.		adalah kepuasan nasabah dan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. 2. Seorang <i>Customer Service</i> dalam melaksanakan tugasnya haruslah terlebih dahulu memahami pekerjaan yang akan dilakukannya terutama yang berkenaan dengan pelayanan terhadap nasabah. 3. Pelayanan Prima merupakan suatu organisasi/perorangan, suatu proses membantu kepada orang lain dengan cara-cara tertentu agar dapat memberikan layanan terbaik kepada orang atau sekelompok orang yang dilayani.	
3	Pharafinna Shandyra Silvia Silva Age, 2022, Bank Muamalat Kantor Cabang Malang	Penelitian ini menggunakan Metode Deskriptif Kualitatif. Sumber Data yang digunakan	Selain peran peneliti ini juga membahas tentang fungsi, wewenang dan tanggung jawab	Penerapan <i>Service Excellent</i> Pada Customer Service Di Bank Muamalat KC Malang harus sesuai dengan Standart Operational Prosedure (SOP). Dalam menerapkan service	eprints.perbanas.ac.id

		yaitu Data Primer dan Sekunder dan Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu Metode Observasi, Wawancara dan Studi Pustaka.	dari <i>customer service</i>	excellent pada nasabah <i>customer service</i> menerapkan tiga jenis <i>service excellent</i> yang biasa digunakan di Bank Muamalat KC Malang yaitu <i>care service, supporting service</i> dan <i>facility service</i> . <i>Service Excellent</i> yang diterapkan oleh <i>customer service</i> nantinya akan dinilai oleh supervisor melalui form ISS (<i>Individual Service Score</i>) form tersebut diisi oleh nasabah setelah nasabah menyelesaikan kebutuhannya dengan <i>customer service</i> .	
4	Mirawati, Jhon Fernos, 2017, Bank Nagari Cabang Siteba Padang	Penelitian ini menggunakan Data Primer dan Sekunder dan Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu	Metode penelitian yang digunakan yaitu deksriptif kuantitatif	<i>Customer Service</i> memegang peranan sangat penting dalam memberikan pelayanan dan dituntut untuk selalu berhubungan dengan nasabah dan menjaga hubungan itu tetap baik. Hal ini tentu saja harus dilakukan karena menjaga	Akademi Keuangan dan Perbankan “Pembangunan”

		Wawancara dan Studi Pustaka.		hubungan yang baik dengan nasabah juga berarti menjaga image bank agar citra bank dapat terus meningkat di mata nasabah.	
5	Marcela Ika Putri, Moh. Faizal, Meriyati, 2023, PT Bank Sumsel Syariah Palembang	Penelitian ini menggunakan Metode Deskriptif Kualitatif. Sumber Data yang digunakan yaitu Data Primer dan Sekunder dan Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu Metode Observasi, Wawancara dan Studi Pustaka.	Selain peran dari <i>customer service</i> penelitian ini membahas lebih dalam mengenai sarana dan prasaran	<i>Customer Service</i> hakikatnya mempelajari berbagai teknik yang berkaitan dengan tata cara penanganan nasabah yang baik Dalam hubungan interaksi bisnis ini, perlakuan terhadap nasabah menjadi hal yang sangat penting dalam membangun dan memelihara kelangsungan bisnis yang berkelanjutan. Termasuk menjamin kepercayaan dan kepuasan nasabah. Terlebih dalam koperasi kredit, dimana nasabah kita adalah emilik dari usaha itu sendiri, sehingga perlakuan dan pelayanan terhadap mereka sangat penting untuk diperhatikan.	Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMAK) <i>Vol. 2, No. 2, Juli 2023</i>

2.2 Pendekatan Masalah

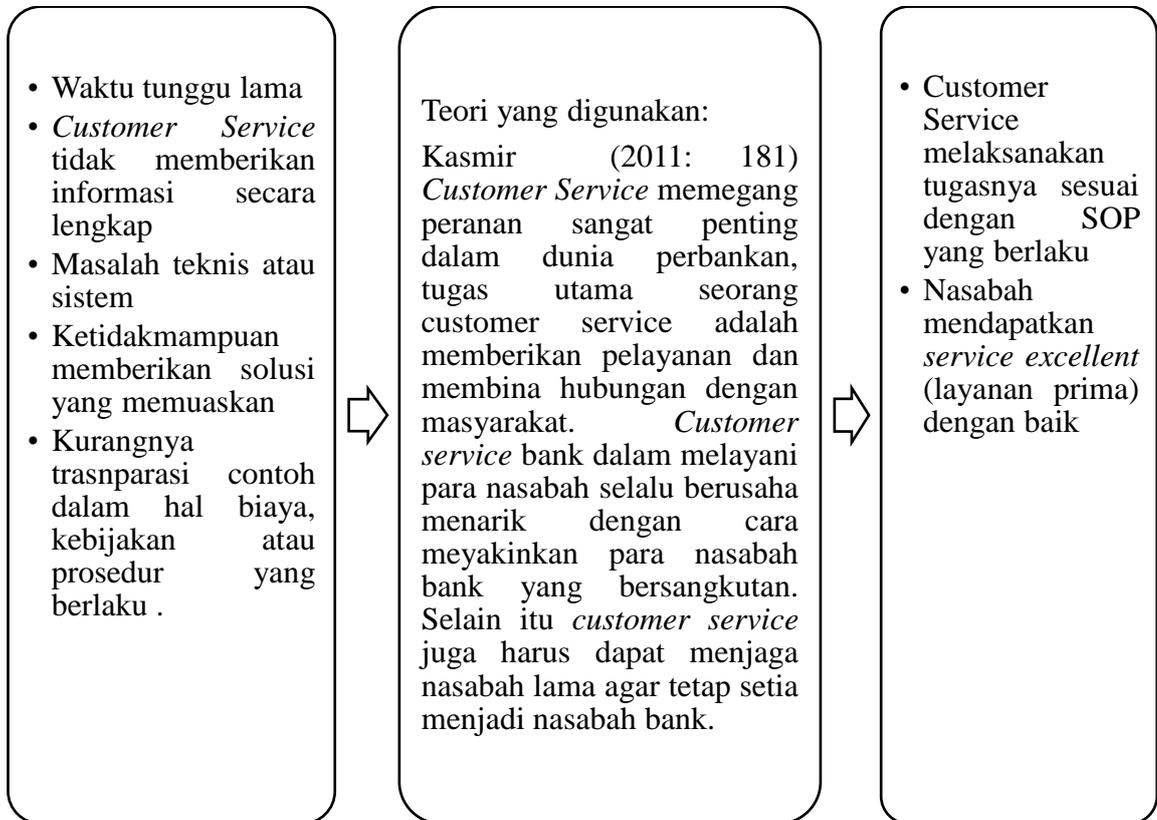
Dalam dunia perbankan untuk mendapatkan nasabah atau *Customer Service* sangat ketat. Ini terjadi karena setiap bank ingin meningkatkan dan mempertahankan kelebihan yang di miliknya. Persaingan antar bank bukan hanya tentang produk dan jasa yang di miliki bank tetapi juga bagaimana pelayanan yang di berikan pada nasabah. Untuk itu sangat penting seorang *customer service* perlu meningkatkan *service excellent* (pelayanan prima).

Service excellent sangatlah penting bagi pihak bank karena dengan menerapkan *service excellent* yang maksimal tentu membuat nasabah merasa nyaman untuk bertransaksi ataupun sekedar menanyakan produk dari bank tersebut, sehingga sangat penting bagi seorang *customers service* untuk bisa meningkatkan *service excellent* seperti cara menyampaikan informasi yang baik kepada nasabah.

Menurut Kasmir (2007: 205) dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami sebagai customer service adalah berpakaian dan berpenampilan rapih dan bersih, percaya diri, menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal, tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan, berbicara dengan bahasa yang baik dan benar, jangan menyela dan memotong pembicaraan, mampu meyakini nasabah serta memberikan kepuasan.

Setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakinkan nasabah dengan argumen-argumen yang masuk akal. Petugas *customer service* juga harus mampu memberikan kepuasan atas pelayanan yang diberikan.

Berikut alur pikiran dari pendekatan masalah diatas:



Gambar 2.1 Alur Pikiran